

# EXHIBIT

## 13B

POUFNE NL- (35)

PLF DEPT  
EXHIBIT NO. H  
TRN FOR ID

4-17-8

(3)

TV POLONIA BROADCASTING SYSTEMS INC.

BUSINESS PLAN

SPANSKI ENTERPRISES INC  
5100 Montclair Drive  
Mississauga, Ontario L5M 5A6  
Phone/Fax: (905) 569-9049

TP 7004549

TV POLONIA BROADCASTING SYSTEMS INC.

Business Plan

1. Spis treści .....	2
2. Główne cele .....	3
3. Spanski Enterprises Inc. ....	5
4. TV Polonia Broadcasting Systems Inc. ....	7
5. Network Teleports, Inc. ....	10
6. Charakterystyka przedsięwzięcia .....	11
7. Analiza rynku .....	17
8. Strategia marketingowa .....	20
9. Czasowy plan działania .....	24
10. Podsumowanie .....	26
11. Projekcje finansowe .....	27
12. Załączniki .....	31
13. Dane techniczne .....	38

## GŁÓWNE CELE

Spanski Enterprises Inc. stawia sobie za cel...  
dostarczenie programu TV Polonia jak najszerszym rzeszom  
Polaków i ludności polskiego pochodzenia żyjących w Ameryce  
Północnej.

Zainteresowanie firmy Spanski Enterprises Inc. (S.E.I.)  
retransmisją programu TV Polonia w Ameryce wynika z  
konstatacji następujących faktów:

- a. liczebność ludności polskiego pochodzenia zamieszkującej  
Amerykę jest bardzo duża i wynosi około dwunastu  
milionów,
- b. nasi rodacy przejawiają szczególne przywiązanie do  
ojczyzny, objawiające się między innymi głodem wszelkiego  
rodzaju informacji na temat Polski i z Polski.

Polacy masowo pojawili się na kontynencie amerykańskim  
już pod koniec poprzedniego stulecia i od tego czasu ich  
liczebność stale rośnie. Warte podkreślenia są dwie fale  
polskiej imigracji ostatniego półwiecza, pierwsza - powojenna  
i druga - obejmująca lata osiemdziesiąte. Szczególnie ta  
ostatnia przyczyniła się do ogromnego wręcz wzrostu liczby  
Polaków zamieszkujących kontynent amerykański.

Dla znakomitej większości Polaków oraz obywateli

amerykańskich polskiego pochodzenia, utrzymywanie kontaktu z ojczyzną jest sprawą niesłychanie ważną.

Spśród dostępnych obecnie technologii, najlepszym medium zapewniającym Polonii amerykańskiej kontakt z Polską jest bez wątpienia program telewizyjny zawierający informacje i ciekawe materiały na temat kraju ojczystego.

Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzonych w Kanadzie badań społeczności polskojęzycznej, a także liczebność Polonii w Ameryce oraz techniczne możliwości retransmisji programu TV Polonia, firma Spanski Enterprises Inc. sformułowała następujące cele:

1. Uzyskanie od Telewizji Polskiej S.A. prawa wyłączności na retransmisję programu TV Polonia na terenie kontynentu amerykańskiego i podpisanie umowy o wspólnym przedsięwzięciu.
2. Założenie przez S.E.I. nowej firmy o nazwie TV Polonia Broadcasting Systems w celu realizacji zaplanowanego przedsięwzięcia.
3. Zawarcie umowy z firmą Network Teleports, Inc. z Nowego Orleanu, realizującą wszelkie aspekty techniczne dotyczące retransmisji programu TV Polonia.
4. Stworzenie infrastruktury organizacyjnej umożliwiającej prowadzenie działalności marketingowej i akwizycyjnej na rynku amerykańskim.
5. Osiągnięcie w ciągu pięciu lat liczby dwóch milionów abonentów programu TV Polonia oraz zasięgu terytorialnego od Kanady po Amerykę Środkową.

## Spanski Enterprises Inc.

Spanski Enterprises Inc. jest istniejącą już od dziesięciu lat korporacją zarejestrowaną w Kanadzie. W okresie swego istnienia firma osiągnęła wielomilionowe zyski. S.E.I. specjalizuje się w realizowaniu projektów o dużym stopniu ryzyka przynoszących jednocześnie wysokie dochody. We wszystkich swych przedsięwzięciach, z których każde zakończyło się sukcesem, S.E.I. opierała się zawsze na najwyższej klasy specjalistach z danej dziedziny.

Spośród zrealizowanych przez S.E.I. projektów można tu wymienić opracowanie i wprowadzenie na rynek północno-amerykański edukacyjnego programu analizy rynku papierów wartościowych o nazwie INVESTOR.

Przedsięwzięciem S.E.I. zakończonym olbrzymim sukcesem było założenie i rozwinięcie firmy wydawniczej, specjalizującej się w wydawnictwach licencyjnych. Firma ta stała się największą tego typu w Kanadzie.

Za kolejny cel S.E.I. postawiła sobie opracowanie i wdrożenie w Polsce systemu finansowego CLUB S International.

Zadanie to wymagało dotarcia do struktur rynkowych z jednej strony i kształcenia konsumenta z drugiej. O akceptacji nowum, jakim była karta dyskontowa CLUB S świadczy

fakt dynamicznego wzrostu liczby jej posiadaczy, od 70 tysięcy w końcu 92 roku do ponad 360 tysięcy obecnie. Znak CLUB S utrwalił się w świadomości konsumenta w całej Polsce.

Działając w wielu dziedzinach, firma S.E.I. uzyskała doświadczenie niezbędne do wprowadzania w życie najróżniejszych projektów przy pomocy najbardziej niekonwencjonalnych i nowatorskich metod.

Na rozruch opisywanego w tym opracowaniu przedsięwzięcia, Spanski Enterprises Inc. przeznacza kwotę trzech milionów dolarów amerykańskich. Udział TVP S.A. w ponoszeniu kosztów nie jest oczekiwany. Warty podkreślenia jest fakt, że przy realizacji niniejszego projektu S.E.I. nie będzie w żadnym stopniu uzależniona od instytucji finansowych czy też indywidualnych inwestorów, oraz że inwestowanie własnych środków wiąże się zawsze z dużo większym zaangażowaniem w dany projekt.

## TV Polonia Broadcasting Systems Inc.

Firma TV Polonia Broadcasting Systems będzie w całości posiadana przez Spanski Enterprises Inc.

W skład rady nadzorczej TV Polonia Broadcasting Systems wchodzić będą:

1. Prezes TVP S.A. lub inna desygnowana przez TVP S.A. osoba
2. Barbara Lamont, prezes Network Teleports, Inc.
3. Bogusław M. Spanski, prezes Spanski Enterprises Inc.
4. Bogusław T. Pisarek
5. Wojciech Śniegowski

Rada nadzorcza TV Polonia Broadcasting Systems będzie ustalała kierunki działania firmy i nadzorowała jej funkcjonowanie.

W skład zarządu TV Polonia Broadcasting Systems, odpowiedzialnego za prowadzenie codziennej działalności operacyjnej firmy, wchodzić będą:

1. Bogusław M. Spanski - prezes - odpowiedzialny za prowadzenie firmy i nadzór nad jej działalnością ekonomiczną
2. Bogusław T. Pisarek - wiceprezes - odpowiedzialny za marketing i promocję
3. Wojciech Śniegowski - wiceprezes - odpowiedzialny za administrację i nadzór nad biurami lokalnymi.



Bogusław M. Spanski jest polskim finansistą na stałe zamieszkałym w Toronto w Kanadzie. Należy do nielicznej grupy Polaków żyjących w Ameryce Północnej, którzy odnieśli sukces liczący się w tamtejszej hierarchii społecznej. Hasłem przewodnim jego działalności jest przeradzanie śmiałych pomysłów w rzeczywistość. Z wykształcenia jest architektem z praktyką w krajach Europy Zachodniej (m.in. w Szwajcarii i we Włoszech), jak również w Kanadzie. Od pewnego czasu, Bogusław M. Spanski poświęca swą karierę zawodową projektowaniu i budowie nie obiektów ze stali i betonu, lecz żywych organizmów, jakimi są firmy, które sam stworzył i rozwinął w wielu miejscach na świecie. Bogusław M. Spanski ma 40 lat.

Bogusław T. Pisarek jest głównym managerem firmy CLUB S International. Z wykształcenia jest socjologiem z ponad dziesięcioletnią praktyką i doświadczeniem w dziedzinie marketingu zdobytym w Ameryce Północnej w najbardziej agresywnie rozwijającej się dziedzinie marketingu i sprzedaży, jaką są ubezpieczenia. Jako manager specjalizował się w zagadnieniach związanych z makrogrupami społecznymi. Znaczna część jego kariery zawodowej przebiegała w Stanach Zjednoczonych, gdzie Bogusław T. Pisarek koordynował działalność dużego przedsięwzięcia przeprowadzonego pod auspicjami rządu kanadyjskiego. Bogusław T. Pisarek ma 41 lat.

Wojciech Śniegowski jest absolwentem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Większą część swej kariery zawodowej spędził w Kanadzie, gdzie był założycielem i właścicielem firmy konsultingowej. W ramach tej działalności specjalizował się w negocjacjach z agendami rządowymi. Wojciech Śniegowski prowadzi obecnie polonijny program telewizyjny w stacji CPMT International w Toronto. W programie o nazwie "Różnorodności" jest on odpowiedzialny za przygotowanie serwisu informacyjnego, wywiady przed kamerą, produkcję reportaży oraz lokalną sprzedaż reklam.

Wojciech Śniegowski ma 38 lat.

## Network Teleports, Inc.

Firma Network Teleports, Inc. jest jednym z liderów na amerykańskim rynku przekazu satelitarnego i przyszłym partnerem TV Polonia Broadcasting Systems we wprowadzaniu programu TV Polonia do Ameryki.

Przez dwadzieścia cztery godziny na dobę Network Teleports, Inc. zapewnia serwis telekomunikacyjny dla ponad dziewięciu milionów widzów i słuchaczy w całych Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Alasce i Ameryce Środkowej.

Bazą działalności firmy jest teleport znajdujący się w Nowym Orleanie w stanie Luizjana. Jedenastometrowe anteny teleportu pokrywają swym zasięgiem obszar od Kanady do Kolumbii i od Hawajów po Bermudy. Network Teleports, Inc. posiada również możliwość bezpośredniego przekazu sygnału znanego jako DBS.

Do szerokiego wachlarza usług oferowanych przez Network Teleports, Inc. należą między innymi: kodowanie i dekodowanie sygnału dla odbiorców telewizji kablowej, produkcja programów telewizyjnych, videokonferencje, pełna obsługa statków na wszystkich czterech oceanach oraz ciągłe monitorowanie odbioru i przekazu sygnału satelitarnego.

Network Teleports, Inc. liczy na owocną i uwieńczoną sukcesem współpracę z TV Polonia Broadcasting Systems we wprowadzaniu TV Polonia do Ameryki.

## Charakterystyka przedsięwzięcia

Główne założenia dotyczące emisji programu TV Polonia w Ameryce przedstawiają się następująco:

1. Przewiduje się emisję programu TV Polonia w wymiarze 16-18 godzin dziennie.
2. Materiały z Polski dostarczane będą częściowo na taśmach, częściowo zaś za pośrednictwem retransmisji satelitarnej.
3. Program TV Polonia będzie retransmitowany przy pomocy sygnału Ku-band uzyskiwanego z satelity Eutelsat w jednym z zachodnioeuropejskich teleportów (downlink) i przekazywanego przez firmę Network Teleports, Inc. do Nowego Orleanu w USA (uplink).
4. Wstawianie spotów reklamowych dokonywane będzie w Ameryce.
5. Do programu wprowadzane będą produkowane w Ameryce polonijne bloki programowe.
6. Część programu zaopatrzona będzie w napisy w języku angielskim.

W celu realizacji opisywanego przedsięwzięcia Spanski Enterprises Inc. (S.E.I.) założy nową firmę o nazwie TV Polonia Broadcasting Systems, początkowo z biurami w USA (Nowy Jork, Chicago, Los Angeles) oraz w Kanadzie (Toronto). Biura te będą miały za zadanie pozyskiwanie i obsługę lokalnych abonentów programu TV Polonia. Wspomniane biura

będą również odpowiedzialne za prowadzenie działalności marketingowej, akwizycję reklam oraz - w przyszłości - produkcję lokalnych bloków programowych w poszczególnych regionach.

Przy współpracy z Network Teleports, Inc. z Nowego Orleanu, TV Polonia Broadcasting Systems zaoferuje swym abonentom pełną gamę technicznych możliwości odbioru programu TV Polonia poprzez tradycyjny system odbioru programów satelitarnych, nowoczesny system DBS oraz za pośrednictwem firm oferujących połączenia kablowe. Tego typu kompleksowa oferta daje ogromne możliwości dotarcia do największej liczby abonentów zainteresowanych odbiorem programu TV Polonia.

Tradycyjna metoda odbioru sygnału satelitarnego wymaga zakupu drogiego sprzętu oraz posiadania odpowiednio dużej przestrzeni na zainstalowanie talerza satelitarnego o sporych rozmiarach. Szacuje się, że na kontynencie amerykańskim liczba posiadaczy tego typu sprzętu wynosi kilkaset tysięcy. Konieczność umożliwienia im odbioru programu TV Polonia wydaje się więc oczywista.

Nowa metoda odbioru sygnału satelitarnego DBS (Direct Broadcasting System) stwarza możliwość powszechnego udostępnienia sygnału satelitarnego bardzo wysokiej jakości. Małe rozmiary mini-talerza pozwalają na zainstalowanie go nawet w niewielkich mieszkaniach czynszowych. Ze względu na obecną cenę sprzętu (ok. 700 USD) prowadzone są negocjacje z producentem mini-talerzy i dekoderów (RCA) mające na celu

uzyskanie ceny hurtowej na bazie stu tysięcy abonentów. Negocjacje z instytucjami finansowymi odnośnie udostępnienia przyszłym abonentom programu TV Polonia atrakcyjnych warunków leasingowania niezbędnego sprzętu są dalece zaawansowane. Należy jednocześnie przyjąć za rzecz prawie pewną, że w ciągu następnych 1-2 lat cena wyżej wspomnianego sprzętu znacznie zmaleje, czyniąc go tym samym dużo bardziej dostępnym i powszechnym.

W tych okolicznościach, skorzystanie z systemu DBS - przy ułatwieniu sfinansowania zakupu sprzętu - pozwoli bez wątpienia na znaczne i dynamiczne poszerzenie bazy abonentów zachęconych łatwością uzyskania możliwości odbioru programu TV Polonia, jaki i innych programów.

Z punktu widzenia potencjalnego odbiorcy, niewątpliwie najtańszą metodą jest udostępnienie sygnału lokalnym firmom oferującym połączenia kablowe. Obok opłaty za abonament lokalnego "kabla", jedynym wydatkiem jest zakup dekodera, który można również wynająć (lease).

S.E.I. przeprowadziła rozmowy z dużymi dystrybutorami kablowymi, w wyniku których ustalono, że po uzyskaniu przez TV Polonia Broadcasting Systems bazy abonenckiej na poziomie 30 tysięcy, program TV Polonia zostanie wprowadzony do krajowych sieci kablowych w skupiskach polonijnych w Ameryce.

Reasumując, propozycja jednoczesnego wykorzystywania wszystkich powyżej opisanych metod pozwoli w najkrótszym czasie dotrzeć do największej liczby abonentów

zainteresowanych odbiorców programu TV Polonia.

TV Polonia Broadcasting Systems wspólnie z Network Teleports, Inc. jako jedyne przedstawiają tego typu szeroką ofertę dla potencjalnych abonentów programu TV Polonia zamieszkujących kontynent amerykański.

TV Polonia Broadcasting Systems przejmie na siebie wszelkie zobowiązania finansowe wynikające z retransmisji satelitarnej i dalszej dystrybucji sygnału programu TV Polonia w Ameryce, zobowiązując się jednocześnie do podjęcia kompleksowych działań zapewniających retransmisję programu TV Polonia na najdogodniejszych warunkach. Wszystkie koszty operacyjne związane z realizacją tego przedsięwzięcia (w tym opłaty wynikające z ochrony praw autorskich) będą pokrywane przez TV Polonia Broadcasting Systems.

Tak więc TVP S.A. nie poniesie żadnych kosztów związanych z retransmisją programu TV Polonia na terenie kontynentu amerykańskiego.

Dzięki postępowi technologicznemu, konkurencja na rynku etnicznych programów telewizyjnych jest już znaczna. W samych Stanach Zjednoczonych mieszka obecnie 22 miliony ludzi urodzonych poza granicami tego kraju oraz dużo liczniejsze rzesze urodzonych w USA obywateli amerykańskich o bardzo mocnych więzach z krajami swego pochodzenia. Na ekranach amerykańskich telewizorów można oglądać programy w dwudziestu czterech językach i liczba ta stale rośnie.

Niektóre firmy działające na etnicznym rynku telewizyjnym dążą do stworzenia programów wielokulturowych. Jak pokazuje doświadczenie tego typu stacji telewizyjnych, interesy poszczególnych programów są często sprzeczne. Wątpliwa staje się należyta dbałość o integralność całości i wyraźne oblicze danej stacji. Taka sytuacja bez wątpienia negatywnie wpływa na zawartość programu oraz jego jakość. Ze względu na rozległość i różnorodność rynku potencjalnych odbiorców, trudne jest wyrażne ukierunkowanie działalności marketingowej, która tym samym nie przynosi spodziewanych efektów.

Niemcy, Włosi, Portugalczycy, Irlandczycy, Grecy, Filipińczycy i inni prezentują w Ameryce swe programy o ściśle sprecyzowanym, wyraźnym profilu narodowym, traktując je jako istotną część promocji swych krajów.

Tego typu działanie procentuje pozyskiwaniem stałej, wiernej i coraz szerszej liczby abonentów. TV Polonia Broadcasting Systems pragnie zastosować tę wypróbowaną już formułę przy wprowadzaniu programu TV Polonia na rynek amerykański.

Zaopatrzenie części programu w napisy w języku angielskim poszerzy bazę potencjalnych odbiorców programu o ludzi nie mówiących już biegle po polsku. Chodzi tutaj szczególnie o młodzież i dzieci polskiego pochodzenia urodzone w Ameryce.

Dzięki napisom w języku angielskim program dostępny



będzie również dla Amerykanów i Kanadyjczyków niepolskiego pochodzenia. Może to mieć niebagatelne znaczenie w propagowaniu pozytywnego obrazu Polski na kontynencie amerykańskim.

Zespół fachowców zatrudnionych przez TV Polonia Broadcasting Systems będzie - pod nadzorem specjalistów z TVP S.A. - stale dbał o zachowanie wysokiej jakości i integralności programu TV Polonia nadawanego w Ameryce.

Na terenie Ameryki Północnej mieszka obecnie dwanaście milionów Polaków i ludności polskiego pochodzenia. Jest to olbrzymi rynek z nieograniczonymi wręcz możliwościami. Przy agresywnie przeprowadzonej kampanii marketingowo-akwizycyjnej TV Polonia Broadcasting Systems przewiduje uzyskanie w ciągu pierwszych 12-18 miesięcy od podpisania umowy z TVP S.A. bazy abonanckiej rzędu stu tysięcy, która w ciągu następnych czterech lat powinna wzrosnąć do ostatecznej liczby około dwóch milionów.

Według badań opinii publicznej w Ameryce, przeciętna oglądalność etnicznych programów o dobrej jakości wynosi około 80 procent. Jak z tego wynika, założenie uzyskania dwóch milionów abonentów spośród ponad dwunastu milionów Polaków i ludności polskiego pochodzenia mieszkających w Ameryce wynika z realistycznej oceny sytuacji.

Dostarczając abonentom wysokiej klasy program, którego oczekują oraz stwarzając im możliwość jego odbioru, można z dużą dozą prawdopodobieństwa przypuszczać, że TV Polonia Broadcasting Systems osiągnie w terminie zamierzone cele, gwarantując tym samym szybkie uzyskanie stałego poziomu wysokich dochodów.

## Analiza rynku

W latach osiemdziesiątych cechą charakterystyczną działalności gospodarczej korporacji amerykańskich było koncentrowanie się na zadaniach krótkoterminowych. Ostatni kryzys gospodarczy jasno udowodnił, że brak perspektywicznego planowania oraz przewidywania trendów długofalowych okazał się dla wielu firm amerykańskich bardzo kosztownym błędem. W latach dziewięćdziesiątych nikogo nie stać na tego typu pomyłki. Szczególnie w planowaniu działalności związanej ze środkami masowego przekazu, badania rynku odgrywają niezmienne istotną rolę.

W celu przygotowania działalności TV Polonia Broadcasting Systems, w pierwszej połowie 1994 roku przeprowadzono wieloaspektowe badania społeczności polskojęzycznej na terenie Kanady. W badaniach nie uwzględniono przedstawicieli populacji polskiej osiadłych w Kanadzie przed rokiem 1964-ym. Nie należałoby ich jednak pomijać jako potencjalnych odbiorców programu TV Polonia, gdyż stanowią oni około 47 procent spośród ponad pięćuset tysięcy Polonii kanadyjskiej.

Dzięki przeprowadzonym badaniom stwierdzono istnienie olbrzymiego zainteresowania programem telewizyjnym z Polski. Z badań wynika, że największym zainteresowaniem cieszyć się

będą aktualne wiadomości z Polski (98%), ponadto bardzo popularne będą programy o polskiej sztuce i kulturze (95%), jak również programy dla dzieci (91%).

Osiemdziesiąt osiem procent badanych wyraziło zainteresowanie możliwością oglądania polskich filmów na ekranach swych telewizorów. Wypożyczalnie kaset video pełne są kopii polskich filmów, ale są one z reguły w nienajlepszym stanie technicznym. Poza tym, korzystanie z tego typu usług wymaga każdorazowo wizyty w wypożyczalni, co nie wytrzyma konkurencji z dogodnością oglądania polskich filmów w ramach programu telewizyjnego z Polski.

Okazało się, że pomimo dużej ilości informacji na temat Polski dostępnych w polonijnych stacjach radiowych i prasie, Polacy oczekują wiadomości telewizyjnych bezpośrednio z Polski. Wynika to niewątpliwie z ogromnej popularności telewizji w dzisiejszym świecie. Potwierdzeniem tego stanu rzeczy jest fakt, że badani oglądają telewizję przeciętnie 3.7 godzin dziennie, podczas gdy radia słuchają około 1.5 godziny, a na czytanie prasy przeznaczają jedynie nieco ponad 12 minut dziennie. Dla 68 procent respondentów telewizja jest głównym źródłem informacji o świecie.

Ponadto badani uważają, że program telewizyjny z Polski umożliwi im zachowanie ściślejszych więzów z krajem ojczystym i jego kulturą. Ma to, według nich, szczególne znaczenie w odniesieniu do ich dzieci.

Demograficzna sytuacja w Stanach Zjednoczonych przedstawia się bardzo podobnie jak w Kanadzie. Zasadniczą różnicą jest natomiast liczebność ludności polskiego pochodzenia oceniana w USA na około 12 milionów, podczas gdy, jak już wspomniano, w Kanadzie wynosi ona 530 tysięcy.

Przeprowadzone badania jasno wykazują istnienie ogromnego zapotrzebowania na program TV Polonia w Ameryce.

## Strategia marketingowa

Cała strategia marketingowa musi być przygotowana w kontekście odpowiedzi na następujące pytania:

- jakie są specyficzne oczekiwania i potrzeby rynku ?
- jaka jest charakterystyka oferowanego produktu ?
- czy korzyści wynikające z jego posiadania zaspakajają oczekiwania i potrzeby konsumenta ?

Strategia marketingowa firmy TV Polonia Broadcasting Systems przewiduje trzy podstawowe elementy, przy pomocy których wywierany będzie wpływ na grupy konsumentów, do których chce się dotrzeć. Są nimi:

1. Produkt
2. Cena
3. Promocja

### PRODUKT

Jak w każdym innym przedsięwzięciu należy produkt dostosować do rynku, na którym chce się go sprzedawać. W kontekście programu TV Polonia należy zwrócić uwagę na specyfikę Polonii amerykańskiej, wyrażoną w przeprowadzonych badaniach. Wykazały one istnienie wspólnego dla całej przebadanej grupy szczególnego zainteresowania następującymi segmentami programowymi.

Stanowią je:

- a. wiadomości z Polski, na które oczekuje 98 procent ankietowanych,
- b. programy o kulturze i sztuce, budzące zainteresowanie wśród 95 procent przebadanych,
- c. programy dla dzieci oczekiwane przez 91 procent respondentów,
- d. polskie filmy z 88-mio procentowym poziomem zainteresowania.

Wymienione powyżej segmenty programu TV Polonia pozwolą na opracowanie i rozpowszechnianie materiałów promocyjnych zaadresowanych do jak najszerszego kręgu przyszłych odbiorców.

#### CENA

Jednym z kluczowych elementów marketingu jest ustalenie właściwej ceny za dany produkt, w tym przypadku stawki miesięcznego kosztu abonamentu za odbiór programu TV Polonia. Jest to szczególnie ważne w sytuacji bardzo szerokiej oferty programowej rynku telewizyjnego i ostrej konkurencji cenowej.

W Ameryce istnieje obecnie cały szereg lokalnych programów polonijnych udostępnianych odbiorcom na powszechnie dostępnych kanałach telewizyjnych w ramach opłaty stawowej. Cena usługi oferowanej przez TV Polonia

Broadcasting Systems może być nieco wyższa, ponieważ nikt inny nie będzie miał podobnie atrakcyjnej oferty programowej. Szczególnie codzienny, aktualny serwis informacyjny z Polski stawia opisywane przedsięwzięcie w uprzywilejowanej pozycji. Ważnymi elementami strategii ustalania właściwej ceny będą również formy i terminy płatności, dostępne formy kredytowania oraz możliwości uzyskiwania zniżek.

Dzięki współpracy z Network Teleports, Inc., opłaty abonamentowe będą pobierane przez firmy dostarczające sygnał programu TV Polonia bezpośrednio do odbiorcy indywidualnego.

Obecnie ceny programów oferowanych widzom poza powszechnie dostępnym serwisem kablowym kształtują się na poziomie 10-12 dolarów amerykańskich miesięcznie. Złożona stawka abonamentowa w wysokości 5 dolarów amerykańskich miesięcznie za sygnał programu TV Polonia wydaje się być konkurencyjnie uzasadniona i potwierdzona analizą rynku.

#### PROMOCJA

Akcja promocyjna obejmie wszystkie dostępne środki masowego przekazu: telewizję, radio i prasę. Planuje się między innymi również takie działania promocyjne jak:

- a. wysyłanie ofert na adresy potencjalnych abonentów,
- b. konkursy z nagrodami,

- c. stały udział lokalnych organizacji polonijnych w propagowaniu planowanego przedsięwzięcia.

Zakłada się:

- a. opracowanie, druk i dystrybucję dwóch milionów broszur informacyjnych,
- b. druk i dystrybucję dwóch milionów formularzy zgłoszeniowych,
- c. opracowanie i wykonanie odpowiednich materiałów reklamowych dla potrzeb promocji telewizyjnej, radiowej i prasowej.

Wymienione powyżej przykłady działań promocyjnych, jak również agresywnie i w niekonwencjonalny sposób prowadzona akcja sprzedaży bezpośredniej, zwiększą ogólne zainteresowanie odbiorcą programu TV Polonia. Zainteresowanie to stanie się z czasem samonapędzającym się elementem promocji.

Przewidywany udział szeregu organizacji skupiających rozległe środowiska polonijne w Ameryce nada niewątpliwie odpowiednio wysoką rangę tworzonemu przez TV Polonia Broadcasting Systems zjawisku.



## Czasowy plan działania

### LIPIEC / SIERPIEN 1994

Przedstawienie TVP S.A. niniejszego Business Planu oraz zaprezentowanie technicznych możliwości realizacji projektu.

### WRZESIEŃ / PAZDZIERNIK 1994

Ostateczna decyzja Zarządu TVP S.A. Po zaakceptowaniu propozycji S.B.I., podpisanie umowy.

Założenie firmy TV Polonia Broadcasting Systems.

Otworzenie biur firmy w Stanach Zjednoczonych (Nowy Jork, Chicago, Los Angeles) i w Kanadzie (Toronto).

Rozpoczęcie akcji promocyjno-marketingowej.

### PIERWSZA POŁOWA 1995

Uzyskanie minimalnej bazy 30.000 (trzydziestu tysięcy) przyszłych abonentów.

Rozpoczęcie retransmisji programu TV Polonia.

### GRUDZIEŃ 1995

Osiągnięcie planowanej liczby 100.000 (stu tysięcy) abonentów.

### GRUDZIEŃ 1996

Osiągnięcie planowanej liczby 200.000 (dwustu tysięcy) abonentów.

GRUDZIEŃ 1997

Osiągnięcie planowanej liczby 500.000 (pięciuset tysięcy)  
abonentów.

GRUDZIEŃ 1998

Osiągnięcie planowanej liczby 1.000.000 (jednego miliona)  
abonentów.

GRUDZIEŃ 1999

Osiągnięcie planowanej liczby 2.000.000 (dwóch milionów)  
abonentów.

## Podsumowanie

Jak już powiedziano na wstępie, Spanski Enterprises Inc. stawia sobie za cel dostarczenie programu TV Polonia jak najszerzszym rzeszom Polaków i ludności polskiego pochodzenia żyjących w Ameryce Północnej.

Na terenie Ameryki Północnej mieszka obecnie dwanaście milionów Polaków i ludności polskiego pochodzenia. Jest to olbrzymi rynek z nieograniczonymi wręcz możliwościami.

Przeprowadzone badania wykazały istnienie ogromnego zapotrzebowania na program TV Polonia w Ameryce.

Dostarczając abonentom wysokiej klasy program, którego oczekują oraz stwarzając im możliwość jego odbioru, można z dużą dozą prawdopodobieństwa przypuszczać, że TV Polonia Broadcasting Systems osiągnie w terminie zamierzone cele, gwarantując tym samym szybkie uzyskanie stałego poziomu wysokich dochodów.

Projekcje finansowe

## TV POLONIA BROADCASTING SYSTEMS INC.

## Projected Statement of Operations, unaudited

In 1000's	1995	1996	1997	1998	1999
Number of subscribers	70	200	500	1000	2000
<b>REVENUES</b>					
Subscription fees	\$2,100	\$12,000	\$30,000	\$60,000	\$120,000
Advertisements	350	2,000	5,000	10,000	20,000
<b>TOTAL Revenues</b>	<b>2,450</b>	<b>14,000</b>	<b>35,000</b>	<b>70,000</b>	<b>140,000</b>
<b>EXPENSES</b>					
Advertising	1,000	2,000	3,000	5,000	6,000
Travel & Promotion	200	400	600	1,000	1,200
Salaries	300	600	1,200	2,000	4,000
Employee benefits	60	120	240	400	800
Management wages	200	400	600	1,000	1,200
Sales commissions	61	350	875	1,750	3,500
Rent	200	600	1,200	2,000	4,000
Administrative expenses	50	50	80	100	120
Repairs & Maintenance	60	100	120	150	200
Telephone	50	80	120	180	250
Teleport services	1,000	4,000	5,000	7,000	9,000
Professional services	250	300	500	500	500
Royalties for TVP S.A.	198	1,120	2,800	5,600	11,200
Copyright royalties	74	420	1,050	2,100	4,200
Bank charges	10	20	30	40	50
Depreciation	40	180	400	740	1,200
Bad debt expense	123	700	1,750	3,500	7,000
<b>TOTAL Expenses</b>	<b>3,873</b>	<b>11,440</b>	<b>19,585</b>	<b>33,080</b>	<b>54,420</b>
<b>INCOME from Operations</b>	<b>(1,423)</b>	<b>2,560</b>	<b>15,435</b>	<b>36,940</b>	<b>85,580</b>
Income Tax	0	870	5,248	12,560	29,097
<b>NET INCOME (LOSS)</b>	<b>(1,423)</b>	<b>1,690</b>	<b>10,187</b>	<b>24,380</b>	<b>56,483</b>

## TV POLONIA BROADCASTING SYSTEMS INC.

## Projected Statement of Cash Flow, unaudited

In 1000's	1995	1996	1997	1998	1999
Collection from customers	\$2,094	\$11,967	\$29,917	\$59,833	\$119,887
Payment for operating expenses	(3,247)	(9,240)	(15,238)	(25,218)	(40,443)
Payment for income tax	0	0	(870)	(5,248)	(12,560)
Acquisition of fixed assets					
- equipment	(100)	(500)	(1,000)	(1,500)	(2,000)
- automobiles	(100)	(200)	(100)	(200)	(300)
Net Cash Inflow (Outflow)	(1,353)	2,027	12,708	27,888	64,385
Opening Cash	3,000	1,647	3,574	16,382	44,050
Ending Cash	1,647	3,674	16,382	44,050	108,415

## TV POLONIA BROADCASTING SYSTEMS INC.

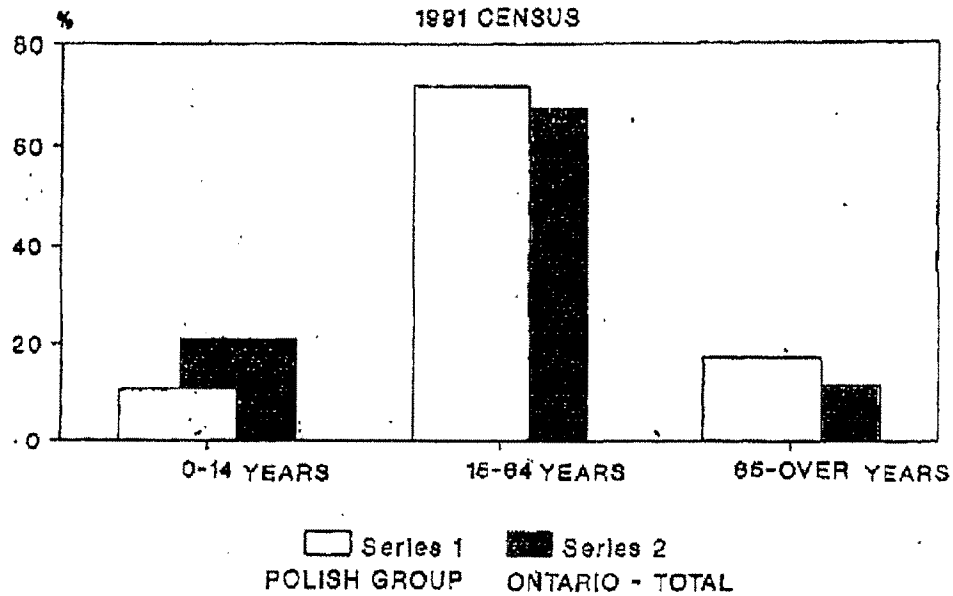
## Projected Balance Sheet, unaudited

In 1000's	1995	1996	1997	1998	1999
Cash & cash equivalents	\$1,647	\$3,674	\$16,362	\$44,050	\$108,415
Accounts receivable	233	1,333	3,333	6,667	13,333
Other current assets	504	1,263	2,011	2,107	2,234
<b>CURRENT Assets</b>	<b>2,385</b>	<b>6,270</b>	<b>21,726</b>	<b>52,824</b>	<b>123,982</b>
Fixed Assets	200	900	2,000	3,700	6,000
less: Accumulated Depreciation	40	180	400	740	1,200
<b>FIXED Assets, net</b>	<b>160</b>	<b>720</b>	<b>1,600</b>	<b>2,960</b>	<b>4,800</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>2,545</b>	<b>6,990</b>	<b>23,326</b>	<b>55,784</b>	<b>128,782</b>
Accounts payable	968	1,430	4,891	8,265	13,605
Tax payable	0	870	5,248	12,560	29,097
Accrued Liabilities				7,579	26,597
<b>TOTAL LIABILITIES</b>	<b>968</b>	<b>2,300</b>	<b>10,139</b>	<b>28,404</b>	<b>69,299</b>
Common Stock	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Retained Earnings	(1,423)	1,690	10,187	24,380	56,483
<b>SHAREHOLDER'S EQUITY</b>	<b>1,577</b>	<b>4,690</b>	<b>13,187</b>	<b>27,380</b>	<b>59,483</b>
<b>TOTAL LIABILITIES &amp; EQUITY</b>	<b>2,545</b>	<b>6,990</b>	<b>23,326</b>	<b>55,784</b>	<b>128,782</b>

Załączniki

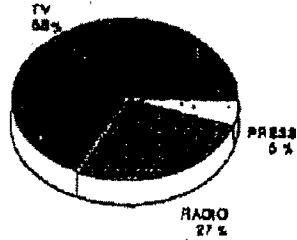


## POPULATION BY AGE POLISH GROUP VS. ONTARIO



TP 7004580

# SOURCE OF NEWS

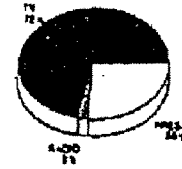


↑ 88%  
 ↑ 5%  
 22%

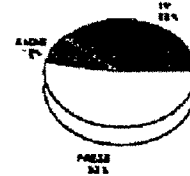
42%

26%

27%



## EDUCATIONAL VALUES



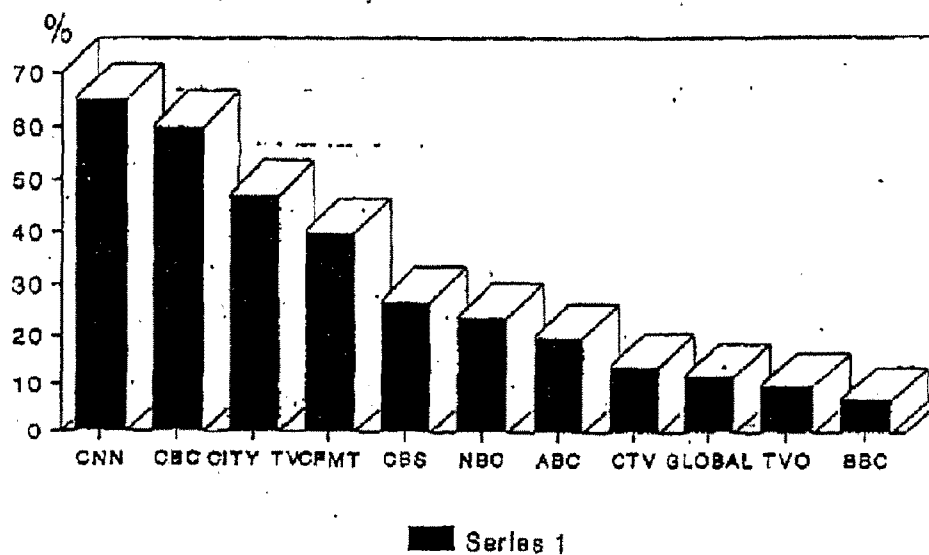
9%

38%

53%

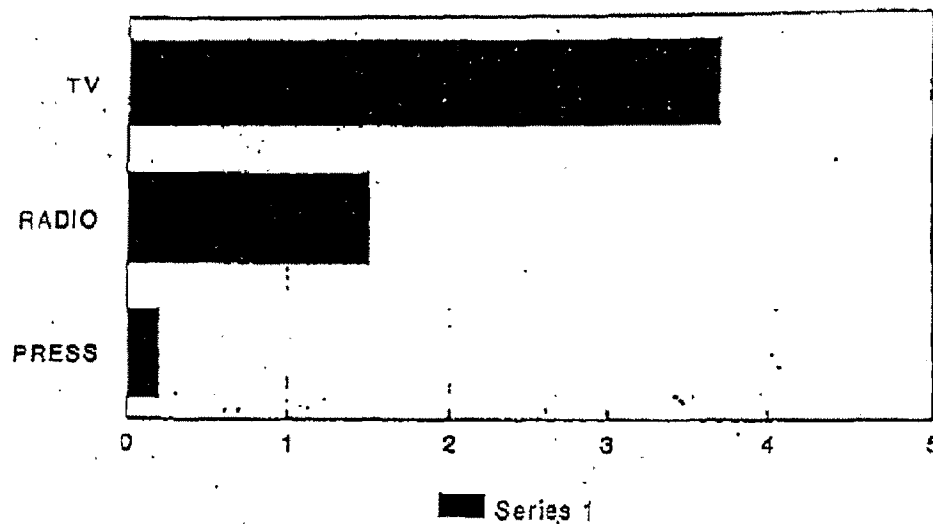
TP 7004581

## TV STATIONS/NETWORKS POLISH GROUP PREFERENCES



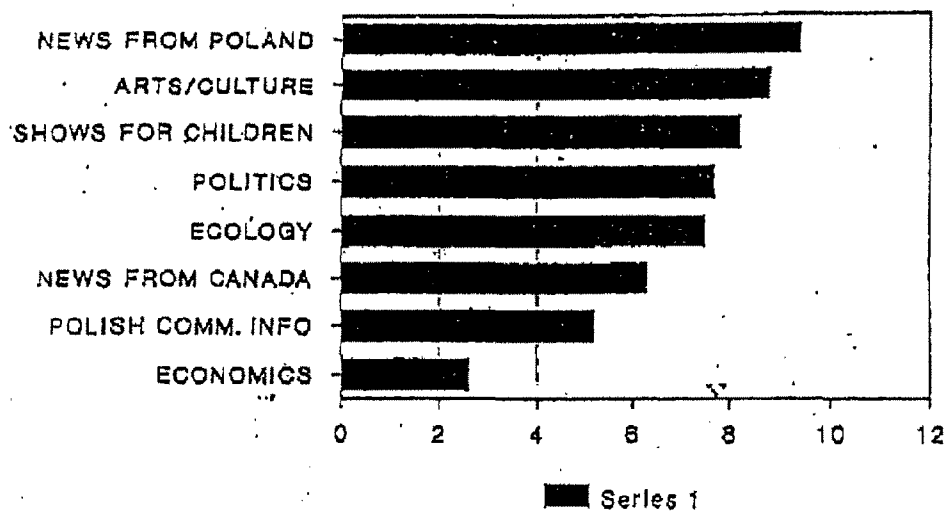
TP 7004582

## HOW MANY HOURS PER DAY DO YOU SPEND ON



TP 7004583

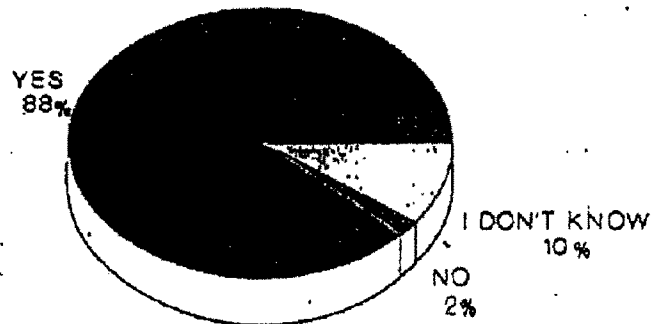
## POLISH-LANGUAGE TV SUBJECT PREFERENCES



SCALE FROM 0 TO 10

TP 7004594

## WOULD YOU LIKE POLISH MOVIES ON TV?



TP 7004585

Dane techniczne

19

Submitted to: Mr. Bob Spanki, Spanki Enterprises  
Submitted by: Network Teleports

## TV POLONIA TRANS-ATLANTIC PROPOSAL

---

### Current Polish TV Satellite Distribution

Polish TV programming is currently distributed 18 hours daily throughout Europe via Eutelsat II C3 transponder 21S located at 16.9 degrees east longitude. The transmission consists of one analog PAL video carrier in the clear.

### Objective: North American Distribution

To provide Spanki Enterprises with a cost-effective full-time trans-Atlantic satellite feed of Polish TV, and to distribute TV Polonia programming throughout North America.

TP 7004587



Submitted to: Mr. Hub Spinski, Spinski Enterprises  
Submitted by: Network Teleports

## TV POLONIA SERVICE

- ++ Network Teleports proposes to "turnaround" Polish TV's Eutelsat programming and transmit live to their Teleport, 24 hours per day, seven days per week.
- ++ Network Teleports proposes to lease 9 Mhz of Ku-Band satellite capacity on the PanAmSat PAS-1 satellite for compressed digital video (CDV) delivery of Polish TV programming from Poland to the Teleport in New Orleans, Louisiana.
- ++ The PAS-1 satellite, currently operational at 45 degrees west longitude, covers the North American continent with Ku-Band coverage via the Conus Beam.
- ++ Network Teleports considers Compressed Digital Video to be the most economical means of reaching major markets. 30 CDV channels are presently broadcast on the PAS-1 satellite, including such broadcasters as the BBC, CBS International, ESPN, Fox, MTV, TV5 and NBC.
- ++ The attached engineering link budget is based on the use of General Instruments Single Channel Per Carrier (SCPC) technology.
- ++ Network Teleports proposes to convert the signal to NTSC video standards for North American transmission, and re-broadcast (initially at full bandwidth analog video), using a C-Band domestic satellite whose footprint covers 35 nations.
- ++ Some of the programs on TV Polonia will be carried "live" directly from Eutelsat, others will be tape delayed, with the goal of producing a "seamless" video network complete with logos, graphics, commercials and eventually local programming inserts.
- ++ TV Polonia will be an encrypted subscriber service designed for Direct-to-Home reception as well as cable and wireless carriage.

41

Submitted to: Mr. Holi Spanaki, Spanaki Enterprises  
Submitted by: Network Teleports

---

### NETWORK TELEPORTS PRICING

Network Teleports proposes to Spanaki Enterprises the following rate for 9 Mhz of Ku-band Conus Beam satellite capacity on PanAmSat's PAS-1 satellite, Eutelsat turnaround, conversion to NTSC, downlink in New Orleans, transmission on C-Band North American satellite and encryption.

US\$ 145,000 Per month

Space segment, both transatlantic and domestic, is offered at either a 5 year term or an End-Of-Life (EOL) service term, estimated to be 6.5 years. Payments are monthly, payable in advance, plus one month's deposit in advance of commencement of service.

### SATELLITE AVAILABILITY

All satellite space segment is subject to availability, engineering approval and execution of a definitive contract. The information contained herein is proprietary and confidential.

July 30, 1994

TP 7004589

42



## NETWORK TELEPORTS, INC.

### COUNTRIES REACHED ON GALAXY VII

Canada  
United States Incl. Alaska & Hawaii)  
Mexico  
Guatemala  
Belize  
El Salvador  
Honduras  
Nicaragua  
Costa Rica  
Panama  
Colombia  
Venezuela  
Guyana  
Surinam  
French Guiana  
Cuba  
Haiti  
Dominican Republic  
Puerto Rico  
St. Kitts and Nevis  
Antigua and Barbuda  
Dominica  
St. Lucia  
Grenada  
Trinidad and Tobago  
Aruba (Neth. Ant.)  
Curacao (Neth. Ant.)  
St. Vincent & Grens.  
Barbados  
Jamaica  
Bahamas  
British Virgin Islands  
Bermuda  
Grand Turk Island  
Martinique  
Guadeloupe  
Anguilla  
Montserrat

3200 Chartres Street • New Orleans, LA 70117 • (504) 942-9200 • (504) 942-9204 Fax

47.

TP 7004590

43

## SATELLITE DETAILS

## GALAXY VII

Degrees East: -269.0 Degrees West: -91

OWNER/OPERATOR: HUGHES COMMUNICATIONS, INC.

PRESENT STATUS: UNDER CONSTRUCT  
 TYPE OF SERVICE: VIDEO, AUDIO, SCPC & V  
 TYPICAL USES: CONUS, ALASKA, HAWAII, PUERTO R  
 GEOGRAPHIC COVERAGE: LATE  
 LAUNCH DATE: ARIAN  
 LAUNCH VEHICLE: 637 kg (E  
 MASS IN ORBIT: HS  
 TYPE OF SATELLITE: HUGHES AIRCRAFT  
 PRIME CONTRACTORS: 12 YE  
 DESIGN LIFETIME: LINE  
 POLARIZATION: BC  
 STABILIZATION: 6.57 M LONG; 2.18 M DIAGON  
 DIMENSIONS: 36 MHz / 18@27MHz, 8@54  
 BANDWIDTH: C  
 NO. OF - C BAND: C-BAND 16 WATT, K-BAND 50 W  
 NO. OF - K BAND: C  
 FREQUENCY BAND: C  
 TWTA POWER: C-BAND 16 WATT, K-BAND 50 W

## GALS (2 AT 44° E)

Degrees East: -044.0 Degrees West: -316

OWNER/OPERATOR: INTERSPUTNIK  
 2 SMOLENSKY, 1/4  
 MOSCOW, 121039  
 RUSSIA

CONTACT PERSON: S. P. KURLOV

TEL: 224-03-33  
 TELEX: 411 288 DISK-SU

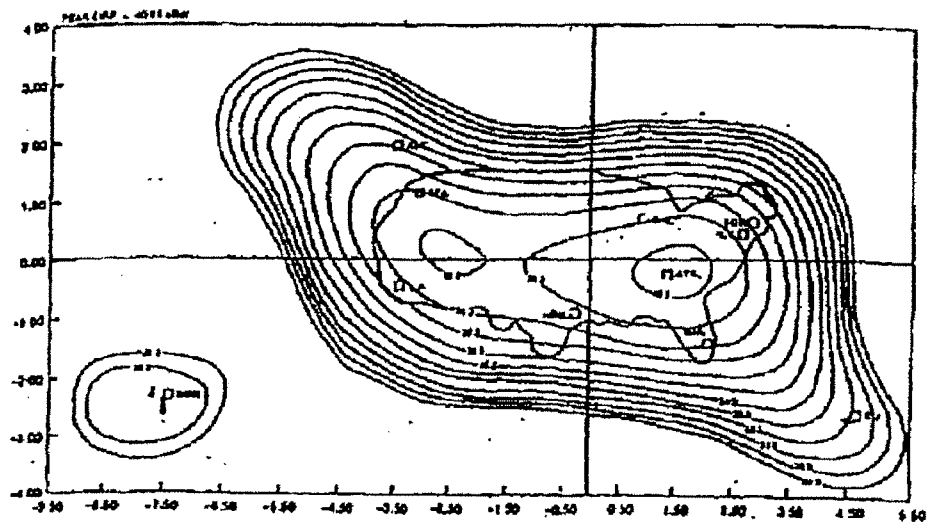
PRESENT STATUS: UNDER CONSTRUCT  
 TYPE OF SERVICE: F  
 TYPICAL USES: TELECOMMUNICATIO  
 LAUNCH DATE: JUNE 11  
 LAUNCH VEHICLE: PROY  
 MASS IN ORBIT: 2500  
 PRIME CONTRACTORS: NPO - SCIENTIFIC PRODUCTION ASSOCIATI  
 DESIGN LIFETIME: 5 TO 7 YEA  
 NO. OF - K BAND: C  
 FREQUENCY BAND: C

## SATELLITE DETAILS

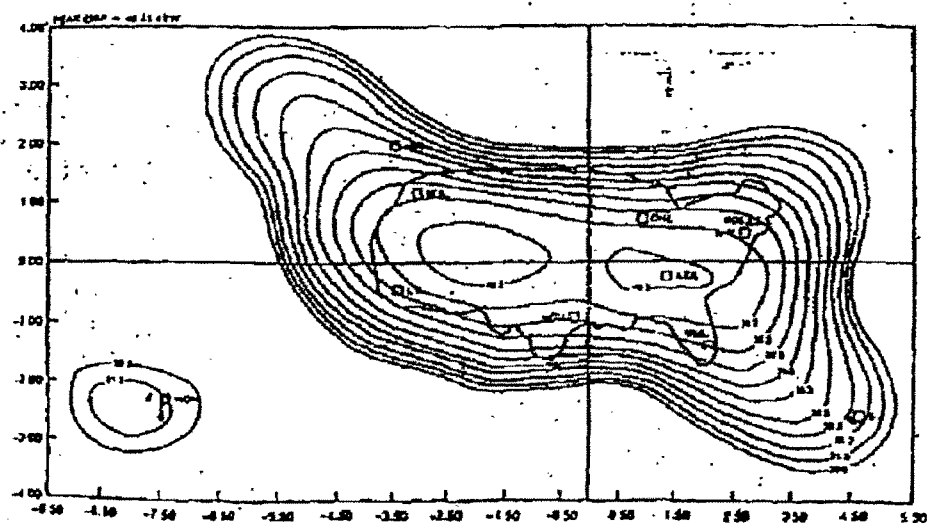
## GALAXY VII

Degrees East: -269.0 Degrees West: -91

## C Band Vertical Transmit



## C Band Horizontal Transmit



45

## SATELLITE DETAILS

## PALAPA B4

OWNER/OPERATOR: PERUMTEL

PRESENT STATUS: .....AWAITING LAUNCH  
 TYPE OF SERVICE: .....FSS  
 TYPICAL USES: .....COMMUNICATIONS  
 GEOGRAPHIC COVERAGE: .....ASIAN AREAS  
 LAUNCH DATE: .....1992  
 LAUNCH VEHICLE: .....DELTA  
 LAUNCH WEIGHT: .....647 KG  
 MASS IN ORBIT: .....520 KG  
 TYPE OF SATELLITE: .....HS 376  
 PRIME CONTRACTORS: .....HUGHES AIRCRAFT COMPANY  
 DESIGN LIFETIME: .....10 YEARS  
 POLARIZATION: .....DUAL POLARIZATION  
 STABILIZATION: .....SPINNER  
 DIMENSIONS: .....85" DIAMETER/269" HEIGHT  
 BANDWIDTH: .....36 MHz  
 NO. OF - C BAND: .....24  
 FREQUENCY BAND: .....C  
 ERP - MAIN BEAM: .....32 dBW ASIAN COVERAGE  
 ERP SPOT BEAMS: .....34 dBW INDONESIAN COVERAGE  
 TWT POWER: .....9.6 WATT  
 ELECTRIC POWER: .....917.2 WATT (EOL) / 29.6 BOLT  
 TELEMETRY BEACONS: .....4200  
 COMMAND BEACON: .....C BAND

## PANAMSAT (PAS-1)

Degrees East: -315.0 Degrees West: -45

OWNER/OPERATOR: ALPHA LYRACOM/PAN AMERICAN SATELLITE  
 ONE MICOVICK PLAZA  
 GREENWICH, CT 06830  
 USA

CONTACT PERSON: ELIZABETH DICKENS

TEL: (203) 622-6664  
 FAX: (203) 622-9183

PRESENT STATUS: .....OPERATIONAL  
 TYPE OF SERVICE: .....FBS  
 TYPICAL USES: .....TV BROADCAST & DATA  
 GEOGRAPHIC COVERAGE: .....N. AMERICA, S. AMERICA, WESTERN EUROPE & CARIBBEAN  
 LAUNCH DATE: .....JUNE 15, 1988  
 LAUNCH VEHICLE: .....ARIANE 401  
 LAUNCH WEIGHT: .....2960 lbs  
 MASS IN ORBIT: .....1560 lbs  
 TYPE OF SATELLITE: .....GE ASTRO SERIES 3000  
 PRIME CONTRACTORS: .....GE ASTRO SPACE  
 DESIGN LIFETIME: .....13.3 YEARS  
 POLARIZATION: .....LINEAR  
 STABILIZATION: .....3-AXIS  
 BANDWIDTH: .....36 AND 72 MHz  
 NO. OF - C BAND: .....12 @ 36MHz; 6 @ 72MHz

INTERNATIONAL SATELLITE DIRECTORY

9-203

TP 7004593

# PanAmSat

## Link Budget Results

Customer: Network Telecom

The following are the data link budget results you requested for the 6.75Mbps, QPSK, R3/4 carrier on PAS-1/3

Satellite	Uplink Site	Uplink Antenna Size	Downlink Site / Receive ERP	Approx. Antenna Size	% of Trans	% of Trans	Difference Factor
PAS-1	Wanawana Park	2.4m	New Orleans / 42.3dBW	5.0m - 10.9dBW/K	11.11	12.718	1.14
PAS-3			New Orleans / 43.5dBW	5.0m - 33.0dBW/K	11.11	10.786	0.97
				2.7m - 28.6dBW/K	14.815	8.754	0.59

### Notes:

- 1) Carrier specifications: 6.75Mbps, QPSK, R3/4 - C/N of 7.0 dB degraded - 43 degree LNB!!
- 2) Transponder Operating Conditions-  
 - This is a 72MHz Transponder on the Canal Beam of PAS-1, EIRP = 8.0 dB, OSO = 4.6 dB, transmitter setting is 6 dB  
 - This is a 34MHz Transponder on the Canal Beam of PAS-3, EIRP = 8.2 dB, OSO = 2.3 dB, transmitter setting is 11 dB
- 3) A minimum of 2.5/3.5 dB rain, a 1.0 dB system and a .5 dB downlink pointing error margin are included in all calculations
- 4) Receive earth station G/T is controlling factor

71154  
 NETWORKS  
 Engineering and Operations Department  
 Houston, Texas

47

## PAS-1 6.73MBPS QPSK R3/4 TO NEW ORLEANS 5.0M

----- TRANSMIT EARTH STATION DATA -----  
 Location : WARSAW, POLAND  
 Latitude (deg N): 52.22  
 Longitude (deg W): -21.00  
 Diameter (m): 2.4  
 Tx Gain (dB): 49.0  
 Manufacturer/Model: STANDARD/

----- RECEIVE EARTH STATION DATA -----  
 Location : NEW ORLEANS, LA  
 Latitude (deg N): 30.00  
 Longitude (deg W): 90.08  
 Diameter (m): 5.0  
 Rx Gain (dB): 53.5  
 Feed Loss (dB): 0.25  
 Ant. Temp. (deg K): 45  
 LNA Temp. (deg K): 110  
 Nominal G/T (dB/K): \*  
 Manufacturer/Model: STANDARD/

SATELLITE NAME : PAS-1  
 SATELLITE LONGITUDE: 45  
 TRANSPONDER BW (MHz): 72.0  
 TRANSPONDER TYPE : TWT  
 CARRIERS/TRANSPONDER: \*

----- Uplink -----  
 Beam: CONUS+EUR, V  
 Chan: 23  
 Uplink Frequency (GHz): 14.360  
 G/T, Beam Center (dB/K): -9  
 G/T Toward Tx ES (dB/K): -3.0  
 SFD Toward Tx ES (dBW/m2): -80.1

----- Downlink -----  
 Beam: CONUS, H  
 Chan: 23  
 Downlink Frequency (GHz): 11.820  
 EIRP, Beam Center (dBW): 44.3  
 EIRP Toward Rx ES (dBW): 42.3

----- DIGITAL CARRIER PARAMETERS -----  
 Information Rate (kbps): 6730  
 Modulation Type : QPSK  
 Code Rate : R3/4  
 Overhead/Other Info. : GI-SCPC  
 Occupied Bandwidth (kHz): 6000  
 Allocated Bandwidth (kHz): 8000  
 f/N (clear sky, dB): 7.0  
 f/N (rain conditions, dB): 7.0

----- OPERATING CONDITIONS -----  
 Trans. Attenuator Setting (dB): 6  
 Input Backoff (dB): 8  
 Output Backoff (dB): \*  
 C/I<sub>m</sub> - Nominal (dB): \*  
 Required System Margin (dB): 1.0  
 Uplink Co-Chan (C/I) (dB): 60.0  
 Downlink Co-Chan (C/I) (dB): 60.0  
 Downlink Pointing Error (dB): 0.5  
 Min. Uplink Rain Margin (dB): 2.5  
 Min. Downlink Rain Margin (dB): 3.5

----- ADJACENT SATELLITE INTERFERENCE ASSUMPTIONS -----  
 Satellite Name : PAS3 ISVIA  
 Satellite Longitude : 43.0 40.5  
 Link Power Density or C/I (dBW/Hz): -46 -43  
 Link Polarization Advantage (dB): 0 0  
 Link EIRP Density or C/I (dBW/Hz): -23.5 -32.4  
 Link Polarization Advantage (dB): 90.0 0

----- CALCULATED TRANSMIT EARTH STATION PARAMETERS -----  
 Satellite Azimuth (deg) : 250.6 Satellite Elevation (deg): 5.8  
 Gain at Specified Uplink Freq. (dB): 49.1  
 Path Loss at Specified Uplink Freq. (dB): 207.9

----- CALCULATED RECEIVE EARTH STATION PARAMETERS -----  
 Satellite Azimuth (deg) : 116.5 Satellite Elevation (deg): 30.2  
 Gain at Specified Downlink Freq. (dB): 53.4  
 Path Loss at Specified Downlink Freq. (dB): 205.6  
 G/T at Specified Downlink Freq. (dB/K): 30.9

1122 (Version 2.1) 07-12-1994 10-07-95 004 Document Engineering 00 11

TP 7004595



48

PAS-1 6.73MBPS QPSK R3/4 TO NEW ORLEANS 5.0M

satellite : PAS-1  
 Uplink Beam: CONUS+EUR\_V  
 Downlink Beam: CONUS\_H

TX FS: 2.4m , WARSAW, POLAND  
 RX FS: 5.0m , NEW ORLEANS, LA

LINK PERFORMANCE (6730 KBPS QPSK R3/4)		CLEAR SKY	UP FADE	DN FADE
<b>UPLINK</b>				
EARTH STATION EIRP	(DBW)	66.2	66.2	66.2
UP LOSS (CLEAR SKY)	(DB)	207.9	207.9	207.9
UPLINK RAIN ATTENUATION	(DB)	0.0	2.5	0.0
SATURATION FLUX DENSITY	(DBW/M2)	-80.1	-80.1	-80.1
INPUT BACKOFF (TOTAL)	(DB)	8.0	8.2	8.0
INPUT BACKOFF (PER CARRIER)	(DB)	17.0	19.5	17.0
SATELLITE G/T	(DB/K)	-1.0	-1.0	-1.0
C/N - THERMAL NOISE	(DB)	16.1	13.6	16.1
C/I - CO-CHANNEL INTERFERENCE	(DB)	60.6	58.1	60.6
C/I - ADJ SAT INTF (PAS3)	(DB)	24.2	21.7	24.2
C/I - ADJ SAT INTF (ISVIA)	(DB)	30.4	27.9	30.4
C/(N+I) UPLINK	(DB)	15.4	12.9	15.4
C/I - INTERMODULATION	(DB)	16.0	13.9	16.0
<b>DOWNLINK</b>				
SATELLITE EIRP (TOTAL)	(DBW)	42.3	42.3	42.3
DOWNLINK BACKOFF (TOTAL)	(DB)	4.6	4.8	4.6
DOWNLINK BACKOFF (PER CARRIER)	(DB)	13.6	16.0	13.6
SATELLITE EIRP (PER CARRIER)	(DBW)	28.7	26.3	28.7
DOWNLINK LOSS (CLEAR SKY)	(DB)	205.6	205.6	205.6
DOWNLINK RAIN DEGRADATION	(DB)	0.0	0.0	4.4
EARTH STATION POINTING ERROR	(DB)	0.5	0.5	0.5
EARTH STATION G/T (CLEAR-SKY)	(DB/K)	30.9	30.9	30.9
C/N - THERMAL NOISE	(DB)	14.1	11.9	9.8
C/I - CO-CHANNEL INTERFERENCE	(DB)	60.6	58.2	60.6
C/I - ADJ SAT INTF (ISVIA)	(DB)	34.3	31.9	34.3
C/(N+I) DOWNLINK	(DB)	14.2	11.8	9.8
C/(N+I) TOTAL	(DB)	10.4	8.0	8.0
REQUIRED SYSTEM MARGIN	(DB)	1.0	1.0	1.0
F. C/(N+I)	(DB)	9.4	7.0	7.0

CATED BW (KHZ/CARRIER) = 8000.00: OCCUPIED BW (KHZ/CARRIER) = 6000.00  
 RF POWER (WATTS/CARRIER) = 51.24: Uplink Power Density (dBW/Kz) = -49.93  
 ER OF CARRIERS PER TRANS. = 7.86: Dnlink EIRP Density (dBW/Kz) = -38.27  
 UNB BW (PER CARRIER) = 11.11: Maximum EIRP Density (dBW/Kz) = -36.27  
 UNS. POWER (PER CARRIER) = 12.718: Dnlink Flux Den. (dBW/m2/4KHz) = -164.95

TP 7004596

49

PAS-1 6.73MBPS QPSK R3/4 TO NEW ORLEANS 5.0M (BETTER LNB)

Satellite : PAS-1		TX ES: 2.4m , WARSAW, POLAND		
Uplink Beam: CONUS+EUR, _V		Rx ES: 5.0m , NEW ORLEANS, LA		
Dnlink Beam: CONUS, _H				
LINK PERFORMANCE (6730 KBPS QPSK R3/4)		CLEAR SKY	UP FADE	DN FADE
UPLINK				
EARTH STATION EIRP	(DBW)	65.4	65.4	65.4
PATH LOSS (CLEAR SKY)	(DB)	207.9	207.9	207.9
UPLINK RAIN ATTENUATION	(DB)	0.0	2.5	0.0
SATURATION FLUX DENSITY	(DBW/M2)	-80.1	-80.1	-80.1
INPUT BACKOFF (TOTAL)	(DB)	8.0	8.2	8.0
INPUT BACKOFF (PER CARRIER)	(DB)	17.7	20.2	17.7
SATELLITE G/T	(DB/K)	-3.0	-3.0	-3.0
C/N - THERMAL NOISE	(DB)	15.4	12.9	15.4
C/I - CO-CHANNEL INTERFERENCE	(DB)	59.9	57.4	59.9
C/I - ADJ SAT INTF (PAS3)	(DB)	23.5	21.0	23.5
C/I - ADJ SAT INTF (ISVITA)	(DB)	29.6	27.1	29.6
C/(N+I) UPLINK	(DB)	14.6	12.1	14.6
C/I - INTERMODULATION	(DB)	15.3	13.1	15.3
DOWNLINK				
SATELLITE EIRP (TOTAL)	(DBW)	42.3	42.3	42.3
OUTPUT BACKOFF (TOTAL)	(DB)	4.6	4.8	4.6
OUTPUT BACKOFF (PER CARRIER)	(DB)	14.3	16.7	14.3
SATELLITE EIRP (PER CARRIER)	(DBW)	28.0	25.6	28.0
PATH LOSS (CLEAR SKY)	(DB)	205.6	205.6	205.6
DOWNLINK RAIN DEGRADATION	(DB)	0.0	0.0	5.4
EARTH STATION POINTING ERROR	(DB)	0.5	0.5	0.5
EARTH STATION G/T (CLEAR-SKY)	(DB/K)	33.0	33.0	33.0
C/N THERMAL NOISE	(DB)	15.7	13.3	10.3
C/I - CO-CHANNEL INTERFERENCE	(DB)	59.9	57.4	59.9
C/I - ADJ SAT INTF (ISVITA)	(DB)	33.6	31.2	33.6
C/(N+I) DOWNLINK	(DB)	15.6	13.2	10.3
C/(N+I) TOTAL	(DB)	10.4	8.0	8.0
REQUIRED SYSTEM MARGIN	(DB)	1.0	1.0	1.0
NET C/(N+I)	(DB)	9.4	7.0	7.0

LOCATED BW (KHZ/CARRIER) = 8000.00: OCCUPIED BW (KHZ/CARRIER) = 6000.00  
 RF POWER (WATTS/CARRIER) = 43.17: Uplink Power Density (dBW/Hz) = -50.55  
 BER OF CARRIERS PER TRANS. = 9.00: Dnlink EIRP Density (dBW/Hz) = -38.99  
 RANG BW (PER CARRIER) = 11.111: Maximum EIRP Density (dBW/Hz) = -36.99  
 RANG POWER (PER CARRIER) = 10.766: Dnlink Flux Den. (dBW/m2/4KHz) = -165.68  
 R322 (Version 2.2), 07-12-1994, 10:08:03, PAS-1, PAS-1, PAS-1

TP 7004597

50

PAS-1 6.73MRPS QPSK R3/4 TO NEW ORLEANS 5.0M (BETTER LNB)

----- TRANSMIT EARTH STATION DATA -----		----- RECEIVE EARTH STATION DATA -----	
Location	: WARSAW, POLAND	Location	: NEW ORLEANS, LA
Latitude (deg N)	: 52.22	Latitude (deg N)	: 30.00
Longitude (deg W)	: -21.00	Longitude (deg W)	: 90.08
Diameter (m)	: 2.4	Diameter (m)	: 5.0
Tx Gain (dB)	: 49.0	Rx Gain (dB)	: 53.5
Manufacturer/Model	: STANDARD/	Feed Loss (dB)	: 0.25
		Ant. Temp. (deg K)	: 45
		LNA Temp. (deg K)	: 45
		Nominal G/T (dB/K)	: *
		Manufacturer/Model	: STANDARD/

SATELLITE NAME : PAS-1  
 SATELLITE LONGITUDE : 45  
 TRANSPONDER RN (MHz): 72.0  
 TRANSPONDER TYPE : TWTA  
 CARRIERS/TRANSPONDER: \*

----- Uplink -----		----- Downlink -----	
Beam:	CONUS+EUR, V	Beam:	CONUS, H
Chan:	23	Chan:	23
Uplink Frequency (GHz)	: 14.360	Downlink Frequency (GHz)	: 11.820
G/T, Beam Center (dB/K)	: -9	ERP, Beam Center (dBW)	: 44.3
G/T Toward Tx ES (dB/K)	: -3.0	ERP Toward Rx ES (dBW)	: 42.3
SFD Toward Tx ES (dBW/m2)	: -80.1		

----- DIGITAL CARRIER PARAMETERS -----		----- OPERATING CONDITIONS -----	
Information Rate (Kbps)	: 6730	Trans. Attenuator Setting (dB)	: 6
Modulation Type	: QPSK	Input Backoff (dB)	: 8
Code Rate	: R3/4	Output Backoff (dB)	: *
Overhead/Other Info.	: GI-SCPC	(C/I <sub>m</sub> ) - Nominal (dB)	: *
Occupied Bandwidth (kHz)	: 6000	Required System Margin (dB)	: 1.0
Allocated Bandwidth (kHz)	: 8000	Uplink Co-Chan (C/I) (dB)	: 60.0
(clear sky, dB)	: 7.0	Downlink Co-Chan (C/I) (dB)	: 60.0
C/N (rain conditions, dB)	: 7.0	Downlink Pointing Error (dB)	: 0.5
		Min. Uplink Rain Margin (dB)	: 2.5
		Min. Dnlink Rain Margin (dB)	: 3.5

----- ADJACENT SATELLITE INTERFERENCE ASSUMPTIONS -----			
Satellite Name	: PAS1	ISVIA	
Satellite Longitude	: 45.0	40.5	
Uplink Power Density or C/I (dBW/Hz)	: -46	-43	
Uplink Polarization Advantage (dB)	: 0	0	
Downlink ERP Density or C/I (dBW/Hz)	: -23.5	-22.4	
Downlink Polarization Advantage (dB)	: 90.0	0	

----- CALCULATED TRANSMIT EARTH STATION PARAMETERS -----	
Satellite Azimuth (deg)	: 250.6
Satellite Elevation (deg)	: 5.8
Gain at Specified Uplink Freq. (dB)	: 49.1
Path Loss at Specified Uplink Freq. (dB)	: 207.9

----- CALCULATED RECEIVE EARTH STATION PARAMETERS -----	
Satellite Azimuth (deg)	: 116.5
Satellite Elevation (deg)	: 30.2
Gain at Specified Downlink Freq. (dB)	: 53.4
Path Loss at Specified Downlink Freq. (dB)	: 205.6
G/T at Specified Downlink Freq. (dB/K)	: 13.0

DSAT022 (Version 2.1), 07-12-1994 10:08:00 \*\*\* Panamsat Engineering, CT \*\*

TP 7004598